

УДК 159.9

**МЕТОДЫ СУБЪЕКТИВНОЙ СЕМАНТИКИ
В ИССЛЕДОВАНИИ ВОСПРИИМЧИВОСТИ
К ИНФОРМАЦИОННОМУ ВОЗДЕЙСТВИЮ
ИНТЕРНЕТ-СРЕДЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
ПРАВООХРАНИТЕЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ**

Е. В. Светлакова

*Тюменский институт повышения квалификации
сотрудников МВД России,
старший преподаватель кафедры философии,
иностранных языков и гуманитарной подготовки
сотрудников органов внутренних дел,
кандидат психологических наук
e-mail: svetlakova22@mail.ru*

Определение групп риска среди обучающихся в ведомственных образовательных организациях в ключе их восприимчивости к негативному информационному воздействию контента виртуальной среды возможно на базе исследований их личностных смысловых структур — значений, связанных с таким феноменом, как интернет-среда, что сопряжено и с вопросами обеспечения информационной безопасности сотрудников органов внутренних дел.

«Насилие, немотивированная агрессия, враждебность, цинизм, правовой негативизм, правовой нигилизм, отказ от традиционных общечеловеческих ценностей — не в последнюю очередь детерминируются современным состоянием средств массовой коммуникации» [1, с. 52].

И эти средства, которыми раньше являлись телевидение, радиовещание, газеты и журналы, в настоящее время постепенно уступают место другим составляющим массмедиа. Среди наиболее распространенных по степени доступности и обилию информации источников обращает на себя внимание интернет-среда. Информация, поступающая из сети Интернет, отличается выраженным обилием и часто низким качеством. Имеет место искажение информации.

В большинстве исследований указывается, что более всего воздействию информации подвержены подростки и молодежь, что актуально для изучения феномена подверженности негативному информационному воздействию слушателей и курсантов образовательных организаций правоохранительной направленности.

Восприимчивость к информационному воздействию связывается авторами (М. J. Metzger с соавторами) с темой веры в подлинность, правдивость получаемой информации, или же недоверия к ней. Как показывают зарубежные исследования, субъекты в оценке ее достоверности основываются на мнении других пользователей — отзывы, рейтинги, репосты* [2, с. 415].

Таким образом, для большей части населения свойственны общественные приемы определения достоверности сведений, поступающих из различных источников. Очевидно, что такая «социальная экспертиза» субъективна по своей природе и к тому же может являться средством целенаправленного психологического воздействия на психику человека.

«Через подобное социальное влияние молодые люди с немалой долей вероятности могут приобщиться к асоциальному поведению и быть вовлечены в деструктивные сообщества, в том числе в экстремистские группы» [3, с. 76].

Наблюдаемый рост перспектив внедрения виртуальной среды во все сферы жизнедеятельности обучающихся в ведомственных образовательных организациях и усиление потребности в пользовании ею создают большое количество опасностей погруженности в нее.

Для осуществления профилактической и коррекционной работы с курсантами и слушателями с целью предотвращения негативных последствий информационного воздействия необходимо определить степень подверженности такому воздействию. По нашему мнению, это можно осуществить, исследуя структуру субъективного опыта (систем значений и смыслов), на базе которого создается «образ сети Интернет». «Так как в повседневной жизни восприятие субъектом Интернета как объекта социальной реальности проявляется в образной форме, на эмпирическом уровне целесообразно исследовать не столько отношение к самому Интернету, сколько его образ, сложившийся в представлениях отдельных индивидов» [4, с. 30].

«Образ сети Интернет рассматривается как составляющая образа мира, что в свою очередь является частью образа мира» [5, с. 14].

В построении психосемантической модели репрезентации опыта взаимодействия с информационной средой в сознании субъекта (слушателя, курсанта) необходимо основываться на положении о «существовании семантического пространства, организованного по типу разнообразных метрических пространств» [5, с. 14].

Используя психосемантические методы в исследовании моделей (образов) интернет-среды у курсантов и слушателей, можно решить следующие задачи:

* Репост — вторичная публикация сообщения, размещенного другим пользователем в социальной сети или блоге, со ссылкой на источник

- 1) определить систему значений для обследуемого такого воздействующего стимула, как Интернет (что Интернет значит для обучающегося);
- 2) вычленили взаимосвязи, имеющие высокую значимость;
- 3) описать отношение слушателей и курсантов, участвующих в исследовании к интернет-среде, учитывая выявленные взаимосвязи;
- 4) сконструировать модель субъективного опыта восприятия среды Интернет у обследуемых.

В методологическом плане при организации таких исследований нам ближе подход субъективной семантики (Е. Ю. Артёмьева, В. П. Серкин), в которой задача моделирования структур субъективного опыта решается через описание исследуемой составляющей образа мира с минимумом ограничений допусков, то есть с большим количеством степеней свободы.

Предполагаем, что для упрощения процедуры исследования связей между значениями и процесса обработки результатов продуктивнее использовать опосредованные методы — «через заданную систему шкал как в семантических дифференциалах, через сформированное понятие, через выстроенную систему конструкторов либо через заданный контекст как в проективных методиках» [5, с. 15].

В. П. Серкин говорил о том, что «в психологии субъективной семантики моделирование осуществляется с наименьшим количеством опосредствующих формально-логических звеньев (и их ограничений) и направлено на максимальное сохранение своеобразия полученных экспериментальных данных». Поэтому, с нашей точки зрения, такой подход более предпочтителен, чем математическая редукция, посредством моделирования формально-логических связей в структурах субъективного опыта, как в психосемантике.

Совокупность элементов, получаемых в ходе изучения субъективных представлений слушателей и курсантов образовательных организаций, не имеет заранее определенной схемы, гипотеза о структуре наглядности итогов этого изучения не строится перед его проведением, а составляется в процессе исследования, «описание экспериментальных данных носит название «семантических универсиалий» [6, с. 16].

Серкин В. П. предлагает применять для подсчета результатов исследования такие методы:

- 1) «сравнительные подсчеты частоты;
- 2) определение статистически значимых различий;
- 3) корреляционный анализ;
- 4) процедуры редукции данных (факторный и кластерный анализ)» [5, с. 20].

Методы субъективной семантики и психосемантики представляют практически неограниченные возможности в выборе предметов, явлений, понятий для стимульного материала.

Учитывая вышеизложенное, предполагаем, что наиболее подходящим методом при исследовании особенностей восприятия интернет- среды и отношения к ней будет метод семантического дифференциала, при проведении которого обследуемому «предлагается оценить стимул (значение) с помощью предложенных шкал антонимов» [5, с. 154]. В предлагаемой нами версии семантического дифференциала набор шкал является биполярным (обследуемый будет выбирать из двух возможных противоположных вариантов и отмечать степень их характерности для оцениваемого стимула).

На основании методики А. В. Смирнова «Семантические универсалии информационно-культурной среды» [7, с. 88] нами была сконструирована методика, которую можно использовать в образовательной организации с целью изучения особенностей восприятия интернет-среды курсантами и слушателями.

Каждая характеристика отбирается в соответствии с современными реалиями существующего «массового» образа интернет-среды с наличием максимального уровня степеней свободы в обозначении компонентов его (образа) составляющих. Всего в данную версию методики было включено 43 характеристики, которые нужно оценить по семибалльной системе оценок, где минимальный балл обозначал «качество не присущее совсем», а максимальный — что «характеристика наиболее точно отражает ее особенности» (таблица 1).

Таблица 1 — Фрагмент бланка специализированного семантического дифференциала «интернет-среда»

Обработка полученных результатов осуществляется посредством сопо-

Необходимый	3	2	1	0	1	2	3	Ненужный
Навязчивый	3	2	1	0	1	2	3	Ненавязчивый
Пропагандирующий	3	2	1	0	1	2	3	Дискредитирующий
Социально критикуемый	3	2	1	0	1	2	3	Социально одобряемый
Интригующий	3	2	1	0	1	2	3	Не интригующий
Достоверный	3	2	1	0	1	2	3	Ненадежный
Познавательный	3	2	1	0	1	2	3	Не дающий знаний
Агитирующий	3	2	1	0	1	2	3	Разубеждающий

ставления совокупности характеристик, полученных по оценкам; обозначения

«групповых универсалий оценок»; рассмотрения качества этих универсалий, выделения «факторной структуры оценки», выделения «кластерной структуры оценки» и т. д.

Помимо семантического дифференциала, можно использовать и другие методы субъективной семантики, такие как: «метод свободных описаний» (ассоциативный эксперимент), вербальные модификации проективных методик (например, методика «неоконченные предложения»). В. П. Серкин указывает, что «простейшим способом анализа полученных данных при использовании обозначенных методов является подсчет частоты встречаемости определенного признака по группе исследуемых. Большая частота свидетельствует о значимости (неслучайности) представленности данного признака в сознании исследуемых» [5, с. 259].

С целью организации дополнительного исследования поведения слушателей и курсантов в Интернете можно использовать специальную анкету, включающую вопросы, которые описывали бы наиболее частые виды и формы существования человека в виртуальной среде. Ведущими модулями значений в подобной анкете будут такие стороны изучаемого явления, как реальные данные о процессе социального взаимодействия в виртуальном пространстве (применяемые программы, цели использования интернета, самооценка зависимости, количество времени, проводимого в сети, оценка достоверности получаемой информации и отношение к ней).

Пример вопросов анкеты:

1. Считаете ли вы себя зависимым от сети Интернет?
2. Попадают ли вам в сети материалы экстремистской и террористической направленности?
3. Как вы считаете, соответствует ли истине большая часть информации, которую можно получить в сети Интернет?
4. Меняет ли ваши взгляды на мир информация, полученная из сети?
5. Какие сайты вы посещаете чаще всего?
6. Какой источник информации для вас более достоверный?

Таким образом, изучение слушателей и курсантов, обучающихся в образовательных организациях правоохранительной направленности, предполагает применение общенаучных и специально разработанных методов с целью определения их личностных особенностей (восприимчивости, уязвимости) к информационно-психологическому воздействию. В статье нами обозначены некоторые методы психологического исследования курсантов и слушателей и представлена методика субъективной семантики, использование которой представляется эффективным.

1. Камнева Е. В. Информационно-психологическое воздействие средств массовой коммуникации на психическое состояние (на примере студенческой выборки) // Вопросы кибербезопасности. 2016. № 5 (18). С. 51–54. [Вернуться к статье](#)
2. Metzger M. J., Flanagin A. J., Medders R. B. Social and Heuristic Approaches to Credibility Evaluation // Online Journal of Communication. 2010. Vol. 60. P. 413–439. [Вернуться к статье](#)
3. Livingstone S., Brake D. On the rapid rise of social networking sites: New findings and policy implications // Children & Society. 2010. Vol. 24. P. 75–83. [Вернуться к статье](#)
4. Зубок Ю. А., Чупров В. И. Доверие в саморегуляции социальных взаимодействий молодежи в изменяющейся социальной реальности // Проблемы развития территории. 2016. № 5 (85). С. 29–37. [Вернуться к статье](#)
5. Серкин В. П. Методы психологии субъективной семантики и психосемантики : учеб. пособие. М. : Пчела, 2008. 382 с. [Вернуться к статье](#)
6. Артемьева Е. Ю., Стрелков Ю. К., Серкин В. П. Структура субъективного опыта: семантический слой и другие // Мышление и субъективный мир. Ярославль : Изд-во Яросл. ун-та, 1991. С. 14–19. [Вернуться к статье](#)
7. Воробьева И. В., Кружкова О. В. Социально-психологические аспекты восприимчивости молодежи к воздействиям среды Интернет // Образование и наука. 2017. Т. 19. № 9. С. 86–102. [Вернуться к статье](#)